

1. La protection des consommateurs

Les principaux acteurs de la protection du consommateur sont le Conseil de la concurrence, l'Institut national de la consommation (INC), la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) ainsi que les associations de consommateurs. Le Code de la consommation contient les dispositions légales destinées à protéger le consommateur.

1 Avant la vente : obligation d'information et de sécurité

Information sur le prix et le produit

Prix : affichage, étiquetage, marquage toutes taxes comprises (TTC).

Produit : composition, caractéristiques essentielles, date limite de consommation.

Obligation d'information et de conseil

Renseigner le consommateur sur l'utilisation optimale du produit.

Obligation de publicité loyale

Fournir au consommateur une information objective.

Interdiction de la publicité mensongère.

Réglementation de la publicité comparative (biens et services répondant aux mêmes besoins).

Obligation de sécurité

Biens et services ne doivent pas porter atteinte à la salubrité publique, à la personne ni aux biens.

Interdiction et répression des falsifications

2 Lors de la vente : obligation de respect des formes de vente

Ventes réglementées

Vente à domicile.

Vente à distance, téléachats.

Vente à crédit, paiement échelonné.

Pour les ventes réglementées, le consommateur a droit à un délai de réflexion (ou de rétractation).

Ventes illicites

Envoi forcé (on reçoit un objet que l'on n'a pas commandé).

Vente subordonnée (on ne peut acquérir un objet qu'en achetant un autre, sans réduction de prix).

Vente avec prime (les petits objets publicitaires sont acceptés).

Vente à perte (sauf produits périssables).

3 Après la vente : obligation de suivi

La garantie

– contractuelle (facultative) : fonctionnement des appareils, pièces détachées ;

– légale (obligatoire) : vices cachés (défauts non apparents au moment de l'achat).

La lutte contre le surendettement des ménages (pour les achats à crédit)

Éviter qu'une personne physique ne se trouve dans l'impossibilité de faire face à ses dettes.

L'obligation de sécurité

Garantir contre les dommages matériels et physiques liés à l'utilisation du produit.

Les recours

– recherche d'accords à l'amiable ;

– intervention de conciliateurs et médiateurs ;

– intervention d'une juridiction.

4 Publicité trompeuse : ce que dit le Code de la consommation

Article L. 121-1

Est interdite toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur. [...]

Article L. 121-2

Les agents de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, ceux de la Direction générale de l'alimentation du ministère de l'Agriculture ou ceux du service de météorologie du ministère de l'Industrie sont habilités à constater, au moyen de procès-verbaux, les infractions aux dispositions de l'article L. 121-1. [...]

Article L. 121-3

La cessation de la publicité peut être ordonnée par le juge d'instruction ou par le tribunal saisi des poursuites, soit sur réquisition du ministère public, soit d'office. La mesure ainsi prise est exécutoire nonobstant toutes voies de recours. [...]